

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti telah memperoleh data dari 100 responden berusia 18 - 24 tahun dan pernah membaca berita tentang pembaharuan yang akan dilakukan oleh WhatsApp mengenai kebijakan privasi WhatsApp, hasil analisis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan berita pembaharuan kebijakan privasi WhatsApp terhadap tingkat kepercayaan pengguna. Hal ini ditunjukkan melalui hasil penelitian yaitu terpaan berita mempengaruhi variabel dependen tingkat kepercayaan secara signifikan sebesar 0,291 serta variabel terpaan berita berkontribusi sebesar 8.5% pada variabel tingkat kepercayaan.
2. Terpaan berita tentang pembaharuan kebijakan privasi WhatsApp diukur melalui tiga indikator yaitu frekuensi, intensitas, dan atensi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) secara keseluruhan menunjukkan terpaan berita termasuk dalam kategori sedang. Adapun indikator atensi dengan pernyataan bahwa pengguna membaca berita dari awal sampai akhir masuk ke kategori tinggi dengan memperoleh nilai tertinggi, dapat dikatakan bahwa pernyataan ini menjadi salah satu faktor

yang penting bagi pengguna untuk dapat memahami isi berita karena berkaitan dengan privasi, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan.

3. Tingkat kepercayaan pengguna diukur melalui tiga indikator yaitu *integrity*, *dependability*, dan *competence*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) secara keseluruhan menunjukkan tingkat kepercayaan termasuk dalam kategori sedang, dengan nilai rata-rata tertinggi berada pada pernyataan bahwa pengguna percaya bahwa WhatsApp memiliki keahlian dalam bekerja, dapat dikatakan bahwa pengguna percaya terhadap kemampuan perusahaan dalam menerapkan kebijakan.

B. Saran

1. Akademis

Pada penelitian ini, teori yang dipakai sesuai sehingga penelitian ini dapat dibuktikan dengan teori tersebut. Namun untuk peneliti berikutnya yang ingin meneliti lebih dalam, diharapkan bisa menambahkan variabel lain karena peneliti mendapati sebanyak 91.5% variabel tingkat kepercayaan ditentukan oleh faktor lain diluar dari penelitian ini, misalnya pada penelitian selanjutnya bisa ditambahkan dengan tingkat pengetahuan. Selain itu, terkait dengan kuesioner, diharapkan bisa menambahkan syarat bahwa pengisi kuesioner adalah yang memiliki akun WhatsApp sehingga kuesioner menjadi lebih valid. Masih banyak kekurangan di penelitian ini, sehingga peneliti memberi saran untuk peneliti yang akan melakukan penelitian serupa bisa menelaah variabel independen lain yang

tidak dibahas di penelitian ini yang memiliki potensi dalam mempengaruhi tingkat kepercayaan dengan didukung teori yang lain untuk memperkuat variabel dan menambahkan syarat yang lebih spesifik lagi di dalam kuesioner.

2. Praktis

Masih diperlukan banyak aspek yang harus dilakukan secara maksimal untuk dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan supaya WhatsApp bisa meningkatkan berbagai strategi lain terkait kebijakan yang sudah diterapkan agar cakupan untuk mempengaruhi tingkat kepercayaan bisa semakin luas dan WhatsApp bisa terus mengalami peningkatan angka unduhan serta mampu bertahan di tengah ramainya aplikasi *messenger* yang lain. Peneliti mengharapkan WhatsApp dapat menerapkan kebijakan dengan baik sebagai salah satu strategi keamanan yang kerap kali digaungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2009. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Asmarini, Wilda. 2021. *Ini Kebijakan Privasi Baru WhatsApp, Berlaku 15 Mei 2021*. (diakses pada 9 Juni 2021). Dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210117081753-37-216613/ini-kebijakan-privasi-baru-whatsapp-berlaku-15-mei-2021>.
- Bryant, Jennings & Mary Beth Oliver. 2009. *Third Edition: Media Effects (Advances in Theory and Research)*. New York: Routledge.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia. (diakses 10 April 2021) dari https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/rBVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=indikator+terpaan+media&printsec=frontcover
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- CNN. 2021. *Sejarah dan Perkembangan WhatsApp Dari Masa ke Masa*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210608100832-190-651585/sejarah-dan-perkembangan-whatsapp-dari-masa-ke-masa>
- De Vreese, C. H., & Neijens, P. 2016. *Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment*. *Journal Communication Methods and Measures*, Vol. 10(2-3), 69–80.
- Franedy, Roy. 2019. *Ini Alasan Facebook Merger WhatsApp, FB Messenger, & Instagram*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190131142709-37-53307/ini-alasan-facebook-merger-whatsapp-fb-messenger-instagram>
- Gumilar, Ivan. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Utamalab. (diakses 12 April 2021) dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ln8_EO_TevsC&oi=fnd&pg=PT14&ots=ZrJ7bX8jSs&sig=6Kc7kR4AALT-w-HtLckfkr7nkyA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Hidayat, Aziz Alimul. 2021. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing. (diakses 12 April 2021)

dari<https://www.google.co.id/books/edition/Menyusun_Instrumen_Penelitian_Uji_Validi/0dAeEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=overview>

Hon, Linda Childers dan James E. Grunig. 1999. *Guidelines For Measuring Relationships In Public Relations*. University of Florida.

Ikhsan, M. 2021. *Aturan Baru WhatsApp, Paksa Pengguna Bagi Data ke Facebook*. (diakses pada 24 Februari 2021). Dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210107105813-185-590589/aturan-baru-whatsapp-paksa-pengguna-bagi-data-ke-facebook>.

Kemp, Simon. 2020. *Digital 2020: Indonesia*. (diakses pada 6 Maret 2021). Dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia. (diakses 29 Maret 2021) dari <https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengertian+terpaan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjokZ3g_rjvAhVa7XMBHSEaA1gQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q&f=false>

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.

Lestari, Ardisa Dwi. 2013. *Pengaruh Kualitas Program Special Event Terhadap Tingkat Kepercayaan Client Pengguna Jasa Pt. Radio Geronimo Fm Yogyakarta*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition)*. New Delhi: Sage Publications.

Morgan, Robert M., dan Shelby Hunt. 1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*, *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, page 24.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset

M, Yosef Pramudito Noki. 2013. *Terpaan Artikel Dalam Pemberitaan Fashion Dan Beauty Di Blog (Analisis Deskriptif Kuantitatif Terpaan Pemberitaan Artikel Fashion dan Beauty dari Fashion Blogger www.luce-dale.com terhadap Remaja Putri)*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Nistanto, Reska K. 2014. *Ini Alasan Facebook Beli WhatsApp*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://tekno.kompas.com/read/2014/02/20/0905497/Ini.Alasan.Facebook.Beli.WhatsApp>

- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rahmasari, Rosiana Dini. 2021. *Korelasi Tingkat Literasi Digital Pengguna Facebook Dengan Derajat Kepercayaan Sebuah Informasi Pengguna Facebook Berusia 18-44 Tahun*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.
- Romli, Khohsahrial. 2017. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo. (diakses 10 April 2021) dari <https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Massa/DsRGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=overview>
- Sari, Endang S. 1993. *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset. (diakses 10 April 2021) dari https://www.google.co.id/books/edition/Audience_Research_Pengantar_Studi_Peneli/VRDSkNI2Lh4C?hl=id&gbpv=1&dq=terpaan+media&pg=PA29&printsec=frontcover
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, Haris. 2006. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Untari, Pernita Hestin. 2020. *Sejarah WhatsApp, Aplikasi Chat Paling Populer Saat Ini*. (diakses pada 24 Februari 2021). Dari <https://techno.okezone.com/read/2020/01/18/207/2154693/sejarah-whatsapp-aplikasi-chat-paling-populer-saat-ini>.
- Wardani, Agustin Setyo. 2021. *Signal Diunduh 17.8 Juta Kali Dalam Seminggu, Angka Download WhatsApp Anjlok*. (diakses pada 24 Februari 2021). Dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/4458756/signal-diunduh-178-juta-kali-dalam-seminggu-angka-download-whatsapp-anjlok>.
- WhatsApp(a). 2021. *About*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://www.whatsapp.com/about/>
- WhatsApp(b). 2021. *Apa Itu Aplikasi WhatsApp Business*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://faq.whatsapp.com/general/account-and-profile/what-is-whatsapp-business/>
- WhatsApp(c). 2021. *Business*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://www.whatsapp.com/business/>

WhatsApp(d). 2021. *Privacy*. (diakses pada 15 Agustus 2021). Dari <https://www.whatsapp.com/privacy>

Wiguna, I Putu Kumara, Ni Made Ras Amanda Gelgel, Ade Devia Pradipta. 2019. Pengaruh Terpaan Berita Pilgub Bali di Instagram @tribunbali terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Tabanan dalam Pilkada 2018. *Jurnal FISIP Universitas Udayana*, Vol 1, 1-8.

Zhu, J. J. H., Zhou, Y., Guan, L., Hou, L., Shen, A., & Lu, H. 2019. *Applying user analytics to uses and effects of social media in China*. *Asian Journal of Communication*, 1–16.



Lampiran

Kuesioner Penelitian

Selamat pagi/siang/sore/malam,

Perkenalkan, saya Benita Calluella Setiono selaku mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Pembaharuan Kebijakan Privasi WhatsApp Terhadap Tingkat Kepercayaan Pengguna WhatsApp pada Generasi Z”, maka saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Tujuan penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, yakni untuk penulisan skripsi. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kejujuran saudara/i untuk memberikan jawaban yang sebenarnya. Peneliti mengucapkan terimakasih atas waktu dan partisipasinya sebagai responden dalam penelitian ini.

Petunjuk pengisian

1. Kuesioner ditujukan kepada saudara/i yang pernah membaca berita tentang pembaharuan yang akan dilakukan oleh WhatsApp mengenai kebijakan privasi.
2. Setiap pertanyaan dan pernyataan dijawab dengan jujur sesuai dengan pengalaman responden
3. Pada bagian terpaan berita, kuesioner memiliki pertanyaan terbuka dan pilihan jawaban ya dan tidak.

4. Pada bagian tingkat kepercayaan, kuesioner memiliki pilihan jawaban sebagai berikut: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), KS (Kurang Setuju), dan TS (Tidak Setuju).
5. Pilih salah satu jawaban dari pilihan yang tersedia.
6. Pastikan tidak ada kolom jawaban yang terlewat.

DATA RESPONDEN

Nama :

Usia :

Terpaan Berita Pembaharuan Kebijakan Privasi

Frekuensi

1. Berapa banyak berita yang Anda baca tentang pembaruan kebijakan privasi yang akan dilakukan oleh WhatsApp dalam sebulan terakhir?

Jawaban : berita

Intensitas

2. Berapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk mencari berita tentang pembaruan kebijakan privasi yang akan dilakukan oleh WhatsApp?

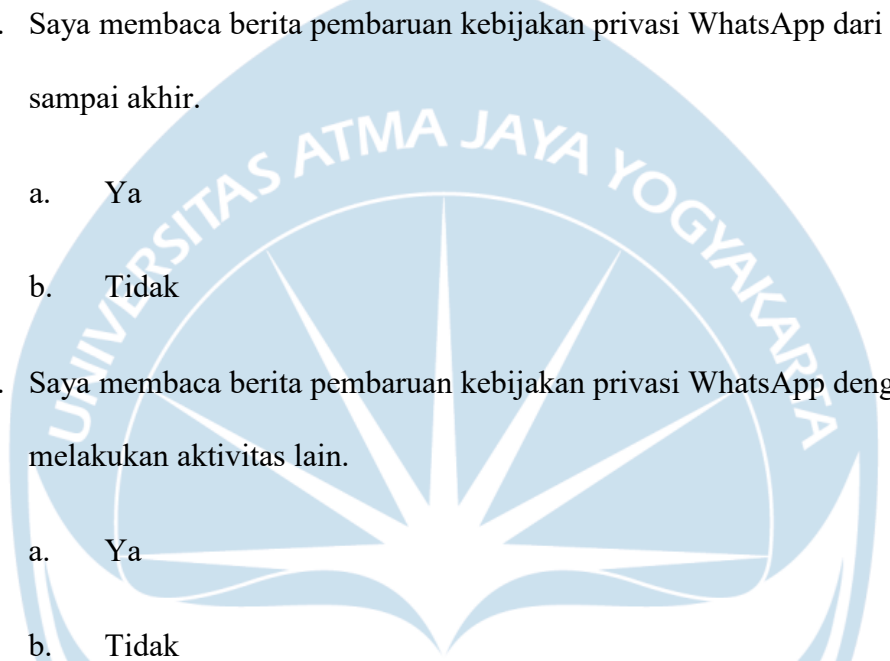
Jawaban : menit

3. Berapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk membaca berita tentang

pembaruan kebijakan privasi yang akan dilakukan oleh WhatsApp?

Jawaban : menit

Atensi

- 
4. Saya membaca berita pembaruan kebijakan privasi WhatsApp dari awal sampai akhir.
- Ya
 - Tidak
5. Saya membaca berita pembaruan kebijakan privasi WhatsApp dengan tidak melakukan aktivitas lain.
- Ya
 - Tidak

Tingkat kepercayaan

Pilih salah satu pernyataan

Keterangan

SS : Sangat setuju KS : Kurang Setuju

S : Setuju TS : Tidak Setuju

Integrity

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS |
|-----|--|----|---|----|----|
| 6. | Aturan privasi merupakan kebijakan yang tepat dari WhatsApp untuk saya | | | | |
| 7. | Saya merasa WhatsApp selalu jujur dalam bekerja | | | | |
| 8. | Saya tidak pernah dirugikan oleh WhatsApp. | | | | |

Dependability

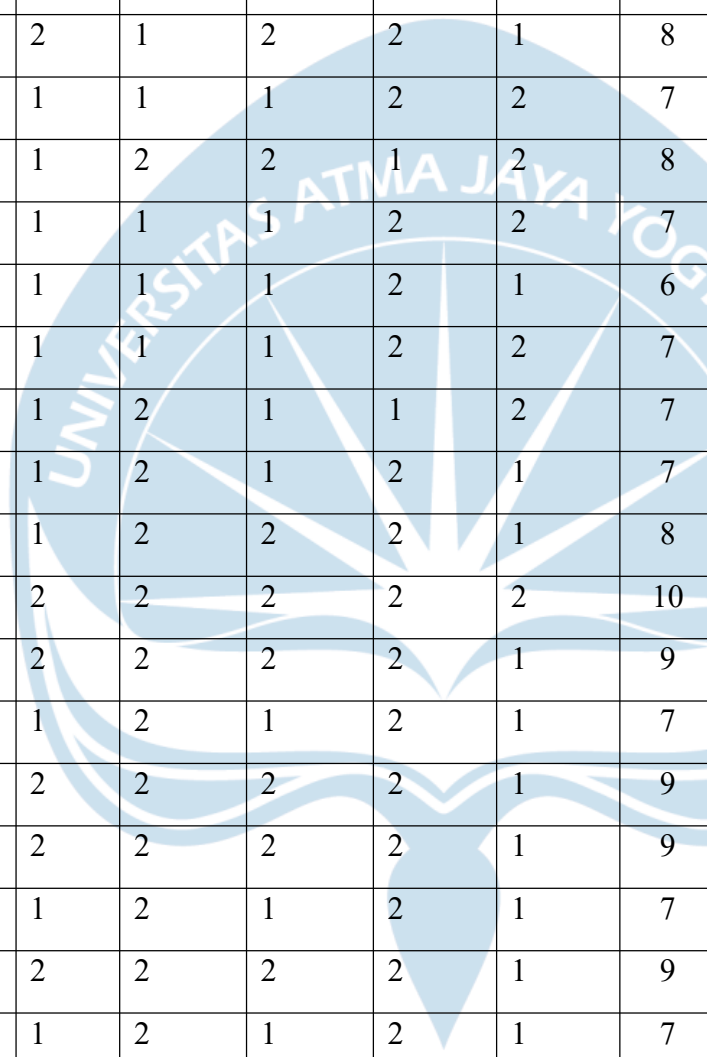
| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS |
|-----|---|----|---|----|----|
| 9. | Saya percaya dengan WhatsApp melalui kebijakan aturan privasi. | | | | |
| 10. | Saya merasa WhatsApp menanggapi opini publik yang beredar tentang kebijakan aturan privasi. | | | | |
| 11. | Saya bersedia mengikuti kebijakan aturan privasi dari WhatsApp | | | | |

Competence

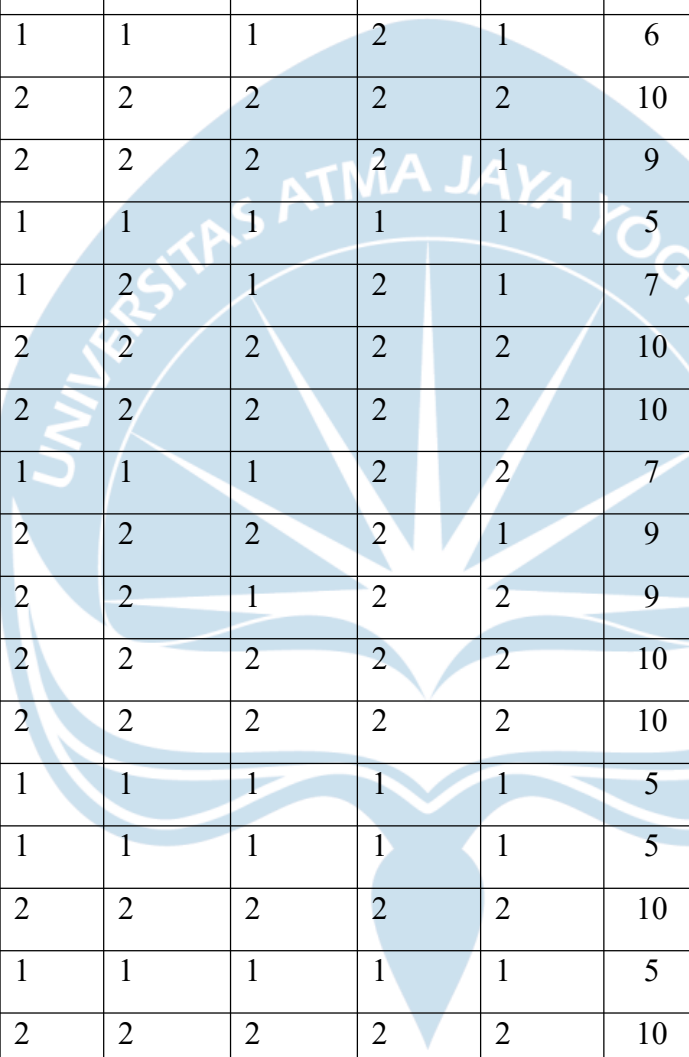
| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS |
|-----|---|----|---|----|----|
| 12. | Saya percaya bahwa WhatsApp mampu menjalankan kebijakan dengan tepat. | | | | |
| 13. | Saya percaya bahwa WhatsApp memiliki keahlian dalam bekerja. | | | | |
| 14. | Saya percaya bahwa kebijakan aturan privasi akan berhasil. | | | | |

Data Kuesioner Variabel X

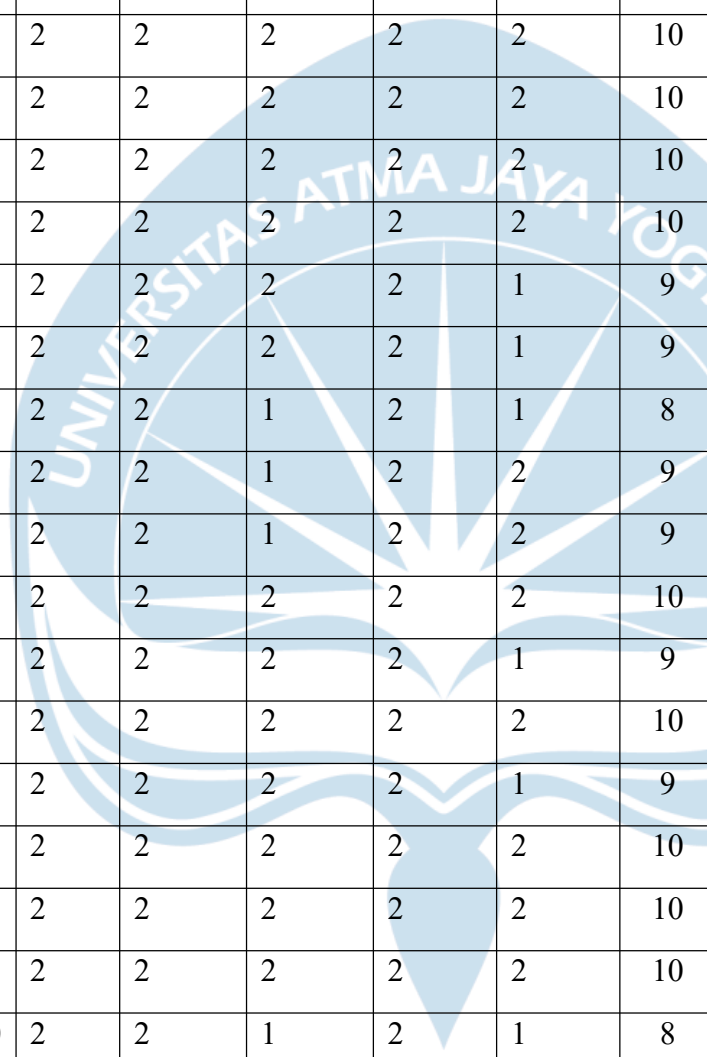
| No | Fre_1 | Inten_1 | Inten_2 | Aten_1 | Aten_2 | Total |
|----|-------|---------|---------|--------|--------|-------|
| 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 8 |
| 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| 5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 7 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 8 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 8 |
| 9 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 8 |
| 10 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 14 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 15 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 16 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 8 |
| 17 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 20 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 21 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 8 |
| 22 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 23 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 25 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 9 |



| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 26 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 8 |
| 27 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 28 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 6 |
| 29 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9 |
| 30 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8 |
| 31 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 32 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 8 |
| 33 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 34 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 |
| 35 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 36 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 7 |
| 37 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 38 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 8 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 40 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 41 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 42 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 43 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 44 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 45 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 46 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 47 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 48 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 49 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 |
| 50 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 51 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 8 |
| 52 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7 |



| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 53 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 54 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 55 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 56 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 |
| 57 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 |
| 58 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 59 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 60 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 61 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 62 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 63 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 64 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| 65 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 66 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9 |
| 67 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 68 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 69 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 70 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 71 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 72 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 73 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 74 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 75 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 77 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 78 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 79 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |



| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 80 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 81 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 82 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 83 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 84 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 87 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 88 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 89 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 90 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 8 |
| 91 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9 |
| 92 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9 |
| 93 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 94 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 95 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 96 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| 97 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 98 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 99 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 100 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 8 |

Data Kuesioner Variabel Y

| No | Int_1 | Int_2 | Int_3 | De_1 | De_2 | De_3 | Co_1 | Co_2 | Co_3 | Total |
|----|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 13 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 9 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 10 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 18 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 12 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 31 |
| 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 15 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 19 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 20 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 21 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 22 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 24 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 25 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 18 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 80 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 25 |
| 81 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 82 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 83 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 85 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 88 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| 89 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| 90 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| 91 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18 |
| 92 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18 |
| 93 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 19 |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 95 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 96 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 97 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 98 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 99 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 21 |
| 100 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 |

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas Variabel X pada 30 responden

| | | Correlations | | | | | Terpaan Berita |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|------|----------------|
| | | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | |
| X1 | Pearson Correlation | 1 | .489** | .569** | .312 | .085 | .726** |
| | Sig. (2-tailed) | | .006 | .001 | .093 | .656 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2 | Pearson Correlation | .489** | 1 | .489** | .347 | .289 | .770** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | | .006 | .061 | .122 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X3 | Pearson Correlation | .569** | .489** | 1 | .515** | .085 | .771** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .006 | | .004 | .656 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X4 | Pearson Correlation | .312 | .347 | .515** | 1 | .280 | .665** |
| | Sig. (2-tailed) | .093 | .061 | .004 | | .134 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X5 | Pearson Correlation | .085 | .289 | .085 | .280 | 1 | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | .656 | .122 | .656 | .134 | | .004 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

Uji Validitas Variabel Y pada 30 responden

| | | Correlations | | | | | | | | | Tingkat Kepercayaan |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------|
| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | |
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | .671** | .548** | .909** | .584** | .765** | .782** | .733** | .623** | .872** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .002 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y2 | Pearson Correlation | .671** | 1 | .657** | .650** | .545** | .866** | .842** | .742** | .651** | .871** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .002 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y3 | Pearson Correlation | .548** | .657** | 1 | .442* | .400* | .838** | .692** | .732** | .470** | .738** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .000 | | .015 | .029 | .000 | .000 | .000 | .009 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y4 | Pearson Correlation | .909** | .650** | .442* | 1 | .608** | .815** | .834** | .737** | .594** | .866** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .015 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y5 | Pearson Correlation | .584** | .545** | .400* | .608** | 1 | .649** | .602** | .519** | .508** | .704** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .002 | .029 | .000 | | .000 | .000 | .003 | .004 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y6 | Pearson Correlation | .765** | .866** | .838** | .815** | .649** | 1 | .860** | .827** | .747** | .939** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y7 | Pearson Correlation | .782** | .842** | .692** | .834** | .602** | .860** | 1 | .853** | .737** | .944** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y8 | Pearson Correlation | .733** | .742** | .732** | .737** | .519** | .827** | .853** | 1 | .722** | .900** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .003 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y9 | Pearson Correlation | .623** | .651** | .470** | .594** | .508** | .747** | .737** | .722** | 1 | .787** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .009 | .001 | .004 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

Uji Reliabilitas Variabel X pada 30 responden

| Case Processing Summary | | | | Reliability Statistics | |
|-------------------------|-----------------------|----|-------|------------------------|------------|
| | | N | % | Cronbach's Alpha | N of Items |
| Cases | Valid | 30 | 100.0 | | |
| | Excluded ^a | 0 | .0 | | |
| | Total | 30 | 100.0 | | |

Uji Reliabilitas Variabel Y pada 30 responden

| Case Processing Summary | | | | Reliability Statistics | |
|-------------------------|-----------------------|----|-------|------------------------|------------|
| | | N | % | Cronbach's Alpha | N of Items |
| Cases | Valid | 30 | 100.0 | .949 | 9 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 | | |
| | Total | 30 | 100.0 | | |

Uji Hipotesis

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .291 ^a | .085 | .075 | 5.956 |

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 321.974 | 1 | 321.974 | 9.075 | .003 ^b |
| | Residual | 3477.016 | 98 | 35.480 | | |
| | Total | 3798.990 | 99 | | | |

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 14.020 | 3.363 | | 4.170 | .000 |
| | Terpaan Berita | 1.219 | .405 | .291 | 3.012 | .003 |